TED 智库运行机制及其对中国智库建设的启示*

姜杰[1]　瞿丛艺[2]

[1]上海市科学学研究所　上海　200235

[2]华东师范大学　上海　200062

摘要：[目的/意义]　中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于加强中国特色新型智库建设的意见》指出，中国特色新型智库需要加强对外传播能力，要运用大众媒体等多种手段传播主流思想价值，集聚社会正能量。研究中国特色新型智库传播方法、传播途径具有重要的意义。[方法/过程]　本文从智库的角度，分析了 TED 的起源、发展、传播，特别是其组织模式创新带来的飞速发展，进而提出中国智库可以借鉴的方面。[结果/结论]　新时代下，中国特色新型智库在组织创新、选题、质量、传播渠道方面应加强思考，以确保其可持续发展，与中国特色大国地位相匹配。

关键词：智库　TED　组织模式

分类号：G311

习近平总书记多次对智库发展做出重要批示，指出智库是国家软实力的重要组成部分，要高度重视、积极探索中国特色新型智库的组织形式和管理方式等。这些批示表明智库建设是推进国家治理体系和治理能力现代化的重要组成部分，同时又为建设中国特色新型智库指明了根本方向、提出了总体要求。

信息技术的突飞猛进，引发了媒体格局在全球范围的重大改变，媒体因其专业特殊、渠道广泛、传播畅通、覆盖率高等特点，在智库发展中具有“先天优势”。媒体型智库的出现，是技术变革与传统媒体转型相互作用的必然产物。

兰德公司、布鲁金斯学会、布鲁塞尔欧洲政策中心等国际顶级智库，都经历了从政策圈、学术圈向大众圈发展的过程[1]。一方面这是智库发展的内在必然要求，智库在服务领导决策的同时，影响大众是其扩大影响力的必然途径；另一方面，社会进步和改革具有复杂性，社会大众知识水平日益提升，政治参与意愿逐步加强，这些都要求智库要架好政府和民众之间的“桥梁”。

*本文系上海市 2017 年度“科技创新行动计划”软科学研究领域重点项目“全球科技创新智库动态跟踪与年度报告”（项目编号：17692114400）、新形势下软科学发展研究（项目编号：17692102000）研究成果之一。
作者简介：姜杰（ORCID：0000-0003-0293-6390），上海市科学学研究所助理研究员，硕士研究生，E-mail：jiangjie@siss.sh.cn；瞿丛艺（ORCID：0000-0002-7439-2268），华东师范大学城市与区域科学学院硕士研究生，E-mail：834283867@qq.com。

在宾夕法尼亚大学全球顶级科技智库的排名中，TED（Technology，Entertainment，Design）作为全球领军的媒体型智库，从 2010 年开始一直位列前 30，长久以来为智库界，特别是科技智库界所津津乐道。成立 30 余年 TED 就跻身世界一流智库，研究其发展、运营、组织机构的创新，对于我国智库在新时代的发展，有着重要的意义。

表 1　TED 在全球科技智库中的排名

Table1 TED rankings in global science and technology think tanks

智库名	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
TED	19	26	7	7	11	11	11	17

注：数据来源 2010-2016 宾夕法尼亚大学智库研究项目（TTCSP）

1.　TED 智库概况

1984 年，美国建筑师和平面设计师理查德 •S •乌尔曼（Richard Saul Wurman）一手创办了 TED。成立初期，TED 定位于“硅谷精英嘉年华”式的精英封闭式聚会。“值得传播的思想”这一理念仅局限于科技及设计界的小圈子，可以说，初期的 TED 可以定义为“面向特定精英阶层的小众智库”。颇具精英主义气质的理查德 • S • 乌尔曼为 TED 制定了最初的规则，比如在犹太文化中代表“世界生活”的 18 被作为每个演讲的时间限定——18 分钟的演讲时长既避免了时间过长显得拖沓，也迫使演讲者更加精心地去准备演讲内容[2]。彼时的 TED，可以说是一个纯粹用于分享想法的平台，观众就是面前的人，而不是几十亿的在线网友。

2001 年，《连线》杂志前主编克里斯 • 安德森加盟 TED，TED 运行发生了根本变化。首先从关注科技、娱乐、设计领域，扩大到今天几乎所有的主题，不仅有多达 100 种语言的演讲者，而且内容不受政治、宗教、性别等限制。

2009 年，TED 开放品牌授权——TEDx 计划，以城市为名，用本地的故事结合官方认可的会议形式，让世界各地的 TED 爱好者可以在当地举办 TEDx。官方不收取授权金，完全由组织者独立策划及协调，旨在实现 TED 理念，激发参与者对促进社区内思想传播的热情。TEDx 活动将 TED 演讲视频以及本土嘉宾串联起来，由此将 TED 的精神传播到世界各地。以 TED 的理念“值得传播的思想”为基础，TEDx 项目通过促进社区，组织以及个人的对话，从而带来本土的 TED 大会般的体验。TEDx 的计划成效很显著，第 1 年就有 35 个城市加入。

截止到 2018 年 6 月底为止，全球已累计举办过 26,128 场活动，2,796 场活动正在筹备中[3]。

作为一家兼顾在线视频播放和线下活动举办的机构，TED 将内容与产品毫无违和感地结合在一起，内容的影响力建立和用户的强大关联，使得传播力成几何级的上升，这在一定程度上值得新媒体、知识付费和内容公司学习。特别是在新时代，TED 的模式对于智库运用大众媒体等多种手段，传播主流思想价值，集聚社会正能量有非常重要的启示。

2. TED 智库运行机制的创新

2.1 从小圈子到开放的思想盛会，完成智库平台的转变

2006 年，安德森做出了影响其未来发展的重大战略决策——将录制多年的演讲库资源制作成 TED Talks 上传至互联网上，供全球的观众免费下载和观看。这种做法在当时的 TED 内部曾产生过很大的争议，安德森坚持认为把这么多原本可以有更大影响的演讲锁在一间屋子里，又有何用？不如以互联网为平台，使受众面波及全球，以更好的实现其“传播思想”的理念。TED 发展到今天所取得的成就是巨大的，从 2006 年到 2018 年，共有 2,800 多个视频在 TED 官网被观看超 60 余亿次[4]。TED 以其独特的发展模式和全新的共享理念异军突起，在极短的时间内迅速成为全球 OER（开放教育资源）领域备受瞩目的焦点，顺利完成从一个封闭的精英团体到知识共享的智库平台的转变。

2.2 精耕 TED 大会，成为主要收入来源

同时，安德森开始精耕 TED 大会。TED 大会每年 3—4 月在加州蒙特雷（Menterey）市举办，后来逐渐扩大到在北美西海岸举办，自此吸引到一批有影响力的听众，而且数量不断增长。作为 TED 智库的核心产品和交流平台，每年有超过 1,000 人参加为期 5 天的 TED 大会，会议集聚了一批科学家、诺贝尔奖获得者、知名企业负责人、设计师、知识分子等，他们基于好奇心和开放的态度，分享彼此的惊奇发现，使得 TED 大会迅速风靡全球，已然成为科技等领域的全球风向标。2016 年全球最受欢迎的 10 个视频里，有 7 个来自当年的 TED 大会[5]。在每年的 TED 大会上都会颁布“TED 大奖”（TED Prize），每年颁给 3 位杰出人士，奖励其“足以改变世界”的想法。除了 TED 大会，还有其他包括 TED Globle、TED Women、TED Youth 等活动。

每一年 TED 大会都会诞生许多精彩的演讲，由于语言隔阂，许多演讲只限于懂英语的人欣赏，为此，2009 年，TED 推出了开放翻译计划（the Open Translation Project）。该计划由 TED 提供英文字幕及互动文字记录，再由全球志

愿者翻译成各种语言。截止到 2018 年 6 月，翻译计划已经涵盖 116 种语言，超过 30,000 名翻译志愿者，译出 130,968 则影片[6]。

免费的网络视频传播并没有让 TED 的演讲变得廉价，相反，越来越多的人通过网络视频开始认识到 TED 的价值。参加面对面会议的门槛仍然很高，2006 年，TED 大会的票价提高了 50%，尽管如此，所有门票竟然在一周之内被抢购一空，还有 1,000 多人申请了加票。2013 年提高到 7,500 美元，2016 年、2017 年标准档门票为 8,500 美元，却仍旧一票难求。Alphabet 两位创始人——首席执行官拉里 • 佩吉（Larry Page）和总裁谢尔盖 • 布林（Sergey Brin），微软副总裁 乔 •贝尔菲奥里（Joe Belfiore），Twitter 和 Uber 的投资人克里斯 •萨卡（Chris Sacca），亚马逊创始人的弟弟马克 • 贝索斯（Mark Bezos）等都是 2017 年会议的座上宾。仅 2017 年 4 月的 TED 大会，门票收入就超过 2000 万美元，根据官网显示，2018 年基础票价涨到 1 万美元[7]。大会已成为 TED 主要收入来源，比捐赠、出版业务都高得多，占 TED 总收入近 2/3[8]。根据《纽约时报》杂志的估计，由于 TED 高昂的门票价格，不断攀升的品牌价值，以及近年来新增的 TED 在线直播和广播直播等新的收入来源，每办一场 TED 大会，就有至少 2,300 万美元进账[9]。

经济效益的极大好转进一步提高了主办方的效率，并且逐步改善了会议的网络环境。在安德森“开放、交互”的媒体理念推动下，TED 突破了科技、娱乐和设计界，延伸至教育、文化、商业、艺术等领域，从 200—2018 年 TED 大会的主题来看，每一年的主题几乎都是跨领域、跨学科的综合主题，探讨未来的变革。关乎人类创新生活的所有想法，都可以在这个论坛上分享，突破了行业和领域的区分，很难想象一个魔术师会和诺贝尔奖获得者同台演讲，而且身份背景差异不同的人可能讲述着同一个问题。

表 2　TED2008—2018 年大会简况

Table 2　2008-2018 conference of the TED

时间	地点	主题	内容
2008 年	加州蒙特雷市	大问题	我们是谁？ 我们在宇宙中的位置是什么？ 生活是什么？ 美即是真吗？

			邪恶会占上风吗？ 我们如何改变世界？ 我们如何进行创造？ 那里有什么？ 明天会是什么样？ 什么煽动了我们？ 我们怎么敢乐观？ 问题的关键？
2009 年	加州长滩	伟大的揭幕	这是 TED 的 25 周年。每个人都首先展示了一个激动人心的发现，革命性的想法，强大的发明，壮观的艺术作品，以及首次表演。我们分享未被发现的才能，并为您所知道的名字揭开新的一页
2010 年	加州长滩	现在的世界需要什么	开启了 TEDActive，身份背景差异如此大的人竟会出现在同一个会议里，来讲述与平时身份不同的话题
2011 年	加州长滩	奇迹的重新发现	汇集一批来自全球各地的探险家、说书人、摄影师、科学先驱、幻想家和挑衅者等激发前所未有的想象力的角色。我们将加入大量的深思熟虑的见解，这样我们梦想的可能性就会被现实所锚定
2012 年	加州长滩	全方位	我们正在对古语言的艺术进行戏剧性的改造，推动其向前迈进，丰富地使用多种技术，格式和方法，以便对观众产生最强大的影响
2013 年	加州长滩	年轻、智者、尚未发现	集结全球最杰出的人才，通过世界各地 14 个城市的一系列 TED 沙龙帮助我们发现了大量的思想家和实干家，并邀请他们到加利福尼亚与世界分享他们的工作
2014 年	加拿大温哥华	下一章	2014 年是 TED 的 30 周年纪念日，我们一直在寻求了解过去 30 年来最重要的事态发展……并运用这些知识来了解未来
2015 年	加拿大温哥华	真相与勇气	面对这个瞬息万变的世界里，我们将寻求更深层的真

			相，更丰富的理解，更好的问题，挑战对真理的看法，并敢于想象未来
2016 年	加拿大温哥华	梦想	今天的梦想比以前任何时候更重要，人类比以往有更多的能力，联系和可能性
2017 年	加拿大温哥华	未来的你	人工智能的迅速发展使这个世界变成了一个近乎未来的可能性。但是，这个未来会是什么样子？它将如何改变我们的生活
2018 年	加拿大温哥华	惊奇的时代	科技的进步及社会变革，我们将寻求一个令人兴奋和有见地的前进方式

注：数据来源 https://conferences.TED.com

2.3 演讲形式的“训练”，造就聚光灯下的美

TED 除了邀请各领域的佼佼者进行演讲外，还要投入大量经费对他们进行“训练”。绝大多数人都不是天生的演讲者，哪怕他们的想法是一个绝世好主意，也未必能用语言表达出来。TED 要把那些值得传播的想法包装起来。TED 团队用 6 个月的时间与演讲者沟通，讲述 18 分钟演讲的注意事项，包括语气和肢体语言，仅 18 分钟的演讲双方都要来回修正数次。光有内容还不够，舞台、灯光、音乐和布景等所有影响参与者感官的细节都是由百人团队设计思量修改过的[10]。数个月精心的准备最终浓缩成 18 分钟的演讲，每一个出众的演讲都会成为新的标杆，促使下一位演讲者拿出更加精彩的内容。同时，这一巨大的聚光灯效应使更多的思想碰撞成为可能，刺激着人们创新思考的欲望。

2.4 不接受赞助推广，质量控制是“生命线”

质量是共享起航的第一步，虽然演讲者都是细分行业佼佼者，但是 TED 仍然将质量控制作为其“生命线”，同行评议成为判断演讲嘉宾的重要标准。在演讲者演讲前，TED 需要确认他们的工作得到同行认可，并且受到其他科学家的好评。虽然 TED 也接受不同商家的赞助，但是，商家在演讲中，绝不能对产品、服务进行任何形式的推广。正是这种高标准、谨慎、细致安排，才使得演讲质量得到了充分的保证，也确保了 TED 的前沿性和引领性。再借助于 iTunes、Facebook、Myspace、Twitter 等公共平台共享其视频，不断吸引全球民众的关注。这种做法不但使普通民众能够免费共享到最新的创新思想，也使越来越多的演讲者愿意来参加 TED 大会，以借此平台宣传和传播自己的新想法，形成一种良性的循环机制。

3. 我国智库发展的挑战和机遇

我国历史上，智库是治理体系、治理模式的重要组成部分，占有十分重要的地位。历史上凡圣明君主、能臣良将都非常重视智库，食客、师爷、军师等都是对智库人才的称呼。战国时期，赵国宗室大臣平原君赵胜礼贤下士，号称有食客三千，成语毛遂自荐的主人公毛遂即来自于其中，虽然三千食客中有虚好乏用之嫌，但是从时代发展来看，也算得上一个顶级智库了。

2013 年，习近平总书记明确指示，要按照“适度超前，服务决策”的原则建设中国特色智库，为中国智库未来的发展指明了方向。2015 年，中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于加强中国特色新型智库建设的意见》指出，智库是国家软实力的重要组成部分，要加大智库建设，以科学咨询支撑科学决策，以科学决策引领科学发展，充分发挥智库在治国理政中的重要作用。一时间，咨询公司、党校、高校、政府研究部门等纷纷声称自己为智库，但是智库与学术机构、咨询公司有很大的不同，不能将学术机构、咨询公司等同于智库[11]。

从《全球智库报告 2017》的全球智库排名来看，中国智库近年来发展迅速，2017 年中国拥有智库 512 家，位列世界第 2 智库大国。尽管数量很多，但很多智库在支撑科学决策、发布重要报告、传播中国故事、培养人才等方面仍然任重道远。

3.1 提高国际传播能力，抢占议题国际话语权

当今世界格局正发生深刻变动，推进我国在国际社会上正能量的传播，负责任地讲好中国故事，传播中国声音，展现真实、立体、全面的中国，提高国家文化软实力，是智库传播义不容辞的责任和义务。但是“梦想很美好，现实很骨感”，美国《外交政策》一份报告中指出全球 7 大区域 13 个地区政策话语中心的名单，北京和上海都未列其中[12]。可见，中国智库的国际化程度相对滞后，还没能在国际社会上建立起影响力，也没能在国际事务中形成自己独特的话语权，这点与我国大国地位不匹配。因此，从全球传播渠道的角度建立我国智库有重要的意义。

3.2 亟需有效支撑政府决策，提出管用有效的建议

2018 年 4 月 16 日美国商务部发布公告称，美国政府在未来 7 年内禁止中兴通讯向美国企业购买敏感产品，一时间国内智库纷纷现身，剖析未来中兴以及科技发展趋势。由“中兴事件”引发的中美贸易摩擦情况日益复杂，中国外部环境发生了明显的变化。以上种种反应了我国智库在前瞻预判的严重缺位，也暴露出我国智库在国际主流媒体上应该多发“中国声音”，让国际社会能够认清事情的本质，同时，我国智库应加强对特朗普政府及美国政治、决策体系的系统认识，

提出管用有效的建议。

3.3 加强智库专业人才队伍培养，建立不同于高校培养模式的培养机制

以美国兰德公司为例，其下属机构帕蒂研究生院是培养高级决策者的摇篮，在政策分析方面极具权威性。帕蒂研究生院人才培养的模式与普通高校完全不同，侧重于政策分析，倡导“一个合格的政策分析家必须在社会科学和自然科学方面具有渊博的背景知识，掌握多种不同的分析技术，并有能力和信心从事跨学科的研究”的理念。成立 40 余年来，帕蒂研究生院不仅为兰德公司培养了大量了后备人才，也为美国社会培养和输送了大批优秀的决策咨询的人才[13]。反观国内智库人才培养，目前大部分智库机构的人才没有受过专业的训练，大多直接从高校毕业到智库机构工作，缺乏系统的研究方法，研究成果在短时间内很难达到一定的高度和厚度。

4. TED 对我国智库话语体系、传播渠道的启示

全球格局发生明显变化，我国公共治理的复杂性和全面深化改革的艰巨性，使得决策者对智库的决策需求日益增加，我国智库也进入蓬勃发展的新阶段[14]。中国特色新型媒体智库应坚持国际比较和本土情况并重，积极借鉴 TED 发展经验和创新方式，从理念、选题、讲演方式和推广渠道等方面实现进一步发展。

4.1 开放、创新、合作应成为国内智库的主旋律

TED 从濒临破产到成为全球顶级的科技智库，开放、创新、合作应该是 TED 成功的秘诀。安德森倡导的开放理念，其本质就是创新理念，是对原有的规则的打破，创造一种新的共生生态体系[15]。在“开放、交互”的媒体理念推动下，这个原本偏重技术性的聚会被改造成为更加开放和多元的大会，也给 TED 带来了意想不到的成长速度和发展空间。

我国智库发展已经形成了不同类型智库并存互补的总体格局。除了事业单位、高校和纯民间等几个主要的智库类型外[16]，出现了企业智库、媒体型智库以及混合所有制类型智库，多元化能够使不同智库发挥各自能力优势的舞台。无论是传统智库，还是新发展的媒体型智库应更加关注于国家战略、政府需求、民众意愿。在这方面可以借鉴 TED 的发展理念，搭建对话交流的平台，拓宽研究领域，以更加开放、创新、合作的方式推动政府、社会精英和普通民众的互动交流合作。

4.2 选题注重科技和产业变革、人类命运共同体

从第 1 届 TED 大会起，许多会议议题便与最前沿的科技产品紧密联系，TED 演讲见证人类科技的一次次进步和飞跃。从历年的大会主题可以看出，梦想、未

来、真相、人工智能等选题都是围绕未来科技革命和产业变革的大方向、大趋势，于此同时，与人类生活密切相关的话题近年来被备受推崇，疾病、环境、灾难、生命等等，这种涉及前沿科技和人类命运的话题，使得 TED 视频有着无可比拟的深度及人性的魅力。

长期以来，国内智库对全球性和国际性问题的关注度相对不够，这就导致在国际上的知名度不高，话语权缺失。近年来，随着中国的崛起，这一状况有所改变，“人类命运共同体”“一带一路”等我国提出的话题已经成为国际社会讨论的热点。但就整个国际化水平而言，程度还是非常有限。与 TED 相比，国内媒体智库研究领域相对落后，在全球气候变暖、环境保护、宇宙奥秘探寻等方面研究较少。今后的发展过程中，国内媒体型智库应该紧跟国际前沿，积极研究前沿话题，在选题方面更加注重引领未来科技革命和产业变革的大方向、大趋势，关注与人类命运密切相关的话题。

4.3 创新演讲方式方法，让更多智库人走在聚光灯下

演讲的唯一目的是分享有价值的思想，而且要用独特的方式真诚地分享。在演讲时间方面，每一个 TED 演讲视频的时长都不会超过 18 分钟，这是普通人能够连续集中注意力的最大时长。时间的严格控制，意味着演讲者需要在规定的时间内讲出核心并且出彩，这不可避免地意味着一些科学概念必须被简化。但重要的是，它们不能引起误导。听众也能在非常短的时间内，接触大量的信息，有种“物超所值”的感觉。国内讲演往往时间过长，缺乏效率与实用性。在时间方面可以参照 TED 的模式，设定合适的讲演时间区间，使听众既不会因为时间过长感到乏味，也能受益于其清晰的分类和结构化的设计模式。

演讲者方面，TED 邀请的演讲嘉宾来自各个行业和领域，包括美国前总统威廉 • 克林顿（William Clinton），微软创始人比尔 • 盖茨（Bill Gates），法律专家布赖恩 •史蒂文森（Bryan Stevenson），灵长类动物学家珍 •古多尔（Jane van Lawick-Goodall），亚马逊创始人杰夫 • 贝佐斯（Jeff Bezos），名不见经传的设计师，甚至 13 岁的小孩，但他们具有一个共同特点，无一例外都是喜欢思考、积极生活、执着追求创新，热爱自己事业的人。只要有思想、有智慧、有打动人心的力量，就能成为 TED 的演讲者，这也是精英文化与草根文化的进一步融合吸纳，拉动了社会精英和普通民众的网络互动交流，提升了 TED 的凝聚力，打造了基于理想、学科、兴趣为依托，彰显自由平等共享气质的网络社区。

演讲内容方面，国内智库可以参照 TED 对任何话题都没有正式的禁令且属于中立方的立场，对任何话题一视同仁。但是要增加一些科学性及社会性的评判

标准，例如，在科学方面，TEDx 的科学指南清楚地表明，科学和健康信息必须得到同行评议研究的支持。在 TED，我们有兴趣了解新科学发现的潜在影响，这对激励进一步的探索和发现至关重要。TED 的演讲者在一开场不打招呼，不作自我介绍，第一句就切入主题，内容涵盖科技（technology）、娱乐（entertainment）、设计（design）、商业（business）、科学（science）、全球时事（global issues）等全球前沿领域，覆盖范围广且具有跨界精神，每个人都能找到自己感兴趣的领域。国内智库往往突出演讲者的成就及行业影响力，一定程度上不自觉地弱化听众对内容的关注性，实质上与讲演的目的和愿景相悖。在新媒体时代，内容为王才是制胜的法宝，只有新颖和具有价值的思想才具备自我传播性，这一点值得国内智库机构的注意。近年来，虽然 TED 演讲模式被国内部分智库所模仿，但是，国内智库在演讲的主题方面还是缺乏思考性、互动性、有趣性，和前瞻性。可以说学了 TED 演讲的“形”，对其演讲的“神”还待进一步研究学习。

4.4 依托于新媒体、深耕传播推广渠道

在“互联网+”时代，人人都是“自媒体”，信息传播的速度、方式方法发生了根本性的变化。如果说 OER 的许多成功案例凭借的是名校的全球知名度和影响力，那么 TED 在网络推广策略方面的有效运用可谓是功不可没[17]。TED 依托 iTunes、Facebook、Myspace、Twitter 等社交平台，形成网络社区，吸引大众追随、分享和交流，以“滚雪球”的方式来推动传播的有效力和品牌的影响力。公众演讲形式已经走红网络，仅 2015 年，TED 演讲视频的点击量就超过了 10 亿次，可见其影响深远。国内智库依然主要依托于传统的出版专题文章、著作、期刊、内部报告、电子出版物等方式来发布各种政策信息和政策建议，开放资源推广渠道过分狭窄，从而缺乏足够的传播性和影响力。在未来发展过程中，国内媒体型智库可以依托社交平台、线上线下齐头并进的推广机制，深耕传播推广渠道，充分利用网络社区，如新浪微博、微信公众号、各类微信群等，组织引导听众积极思考，针对各类问题展开辩论和交流，使越来越多志趣相投的人加入其中，共享头脑风暴的盛宴。

参考文献：

[1] 储殷. 媒体型智库助力中国智库“弯道超车”[J]. 唯实(现代管理), 2016(1): 8.

[2] 克里斯・安德森. TED 是如何成功的[EB/OL]. [2018-03-21]. http://blog.sina.com.cn/s/blog_604f5cca0100q1fv.html.

[3] TED. TEDx event[EB/OL]. [2018-08-07]. https://www.ted.com/tedx/events.

[4] 2800+ talks to stir your curiosity[EB/OL]. [2018-08-07]. https://www.ted.com/talks.

[5] 黄俊杰. TED2017 现场报[EB/OL]. [2018-03-20].

http://www.qdaily.com/articles/40115.html.

[6] TED. Translate[EB/OL]. [2018-06-20]. https://www.ted.com/participate/translate.

[7] 惊奇的时代[EB/OL]. [2018-03-20]. https://ted2018.ted.com/?conf#.

[8] 黄俊杰, 方毅. 网上免费看的 TED 演讲，为什么门票还是可以卖到 10000 美元一张？[EB/OL]. [2018-03-20]. http://www.qdaily.com/articles/40527.html.

[9] TED 的中国追随者. [EB/OL]. [2018-03-20]. http://news.hexun.com/2013-03-19/152244919.html.

[10] 温肇东. TED 的创新模式[EB/OL]. [2018-3-20]. http://www.docin.com/p-743485915.html.

[11] 姜杰. 中国特色新型智库探析[J]. 华东科技, 2016(9): 46-51.

[12] 王辉耀, 苗绿. 大国智库[M]. 北京: 人民出版社, 2014: 261-263.

[13] 罗尧. 世界顶级智库美国兰德公司的人才培养之道[J]. 中国高校科技, 2016(04): 69-71.

[14] 朱旭峰. 构建中国特色新型智库研究的理论框架[J]. 理论参考, 2015(1): 22-24.

The Operating Mechanism of TED and Its Insights for the Construction of Think Tanks in China

Jiang Jie[1] Qu Congyi[2]

[1]Shanghai Institute for Science of Science, Shanghai 200235

[2]East China Normal University, Shanghai 200062

Abstract: [Purpose /significance] *The Opinions on Strengthening the Construction of New Think Tanks with Chinese Characteristics* issued by the General Office of the Central Committee of the CPC and the General Office of the State Council points out that new think tanks with Chinese characteristics need to strengthen their external communication abilities. They must use mass media and other means to spread the mainstream ideological value, gather positive social energy. It is of great significance to study the methods and ways of dissemination of new think tanks with Chinese characteristics.**[Methods/ process]** From the perspective of think tanks, the article analyzes the origin, development and dissemination of TED, especially discusses the rapid development of its organizational model innovation, and then puts forward that the new think tanks with Chinese characteristics can learn. **[Result/conclusion]** In the new era, new think tanks with Chinese characteristics should think more about organizational innovation, selection of topics, content quality, and dissemination channels so as to ensure their sustainable development and match the international status of China.

Keywords: think tank TED organizational model

收稿日期：2018-07-13　　修回日期：2018-08-08　　本文责任编辑：吕青